



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

FACULTAD DE DERECHO



**“LAS INSTITUCIONES DEMOCRÁTICAS EN EL DERECHO PÚBLICO
FRENTE AL CLIENTELISMO POLÍTICO”**

TRABAJO TERMINAL DE GRADO

MODALIDAD: CAPÍTULO DE LIBRO

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN ESTUDIOS JURÍDICOS**

**PRESENTA:
LIC. OVIDIO PINEDA GONZÁLEZ**

**TUTOR ACADÉMICO:
DR. RODOLFO RAFAEL ELIZALDE CASTAÑEDA**

**TUTORES ADJUNTOS:
DRA. MARTHA ELBA IZQUIERDO MUCIÑO
MTRO. J. DOLORES ALANÍS TAVIRA**

ÍNDICE

	Pág.
Protocolo	6
a. Objeto de Estudio	6
b. Planteamiento del problema	6
c. Hipótesis	7
d. Objetivos generales y específicos	7
e. Fuentes generales	7
f. Marco teórico	10
g. Estado del conocimiento del objeto de estudio	10
h. Metodología general	11
Documento probatorio de publicación	12
Las Instituciones democráticas en el derecho público frente al clientelismo político	
Introducción	13
1. El clientelismo político en México	16
2. El papel de los partidos políticos	20
3. Estudio de caso a nivel municipal en el Estado de México	24
4. Relación entre el clientelismo político y el orden jurídico público	27
5. Cómo podemos evitar el clientelismo político para fortalecer nuestras instituciones jurídico-democráticas	34
A manera de conclusión	38
Fuentes Generales	39

PROTOCOLO

a. Objeto de estudio

El impacto del clientelismo político en la autoridad electoral como sujeto de derecho público.

b. Planteamiento del problema

Las instituciones democráticas en México, como es el caso de las autoridades electorales administrativas, no han logrado consolidarse como entes que gocen de plena confianza por parte de la ciudadanía; las constantes descalificaciones de que son objeto los órganos encargados de organizar las elecciones, regularmente están relacionadas con el fenómeno de la corrupción, lo que merma en la confianza hacia las autoridades electorales e incrementa el desinterés de la ciudadanía en participar de los asuntos públicos del país.

En este sentido, el clientelismo político al estar ligado directamente con el fenómeno de la corrupción, opera en la clandestinidad y fuera de todo contexto legal; la práctica clientelar de índole política, independientemente de su acepción como medio de control o de libre elección, se refleja, principalmente, en el monopolio para acceder al ejercicio del poder público, situación que transgrede diversos derechos político-electorales de los ciudadanos.

De los anteriores argumentos se formula el siguiente planteamiento: *¿El debilitamiento de las instituciones democráticas, principalmente de las autoridades electorales, obedece principalmente, a la práctica del clientelismo político?*

c. Hipótesis

El fenómeno clientelar golpea drásticamente el accionar de las autoridades electorales, de tal suerte que para erradicar toda práctica clientelar, resulta necesario fortalecer a las instituciones democráticas de índole electoral, entonces, la consolidación de las autoridades electorales, a través de la revisión del marco regulatorio electoral permitirá garantizar el pleno ejercicio de los derechos político-electorales.

d. Objetivos

General

Analizar el fenómeno del clientelismo político y sus implicaciones en las instituciones democráticas.

Específicos

Conocer el fenómeno del clientelismo político y los actores que intervienen en él.

Conocer y analizar la forma en la que opera el clientelismo político mediante un estudio de caso en el municipio de Metepec, Estado de México.

Conocer y analizar las implicaciones del clientelismo político en las instituciones democráticas.

e. Fuentes Generales

a) Bibliografía

Cárdenas Gracia J.F. (2001). *Partidos Políticos y Democracia*. Colección Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, número 8, IFE, México.

Crespo, J. A. (2013). *Elecciones y Democracia*. Colección Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, número 5, IFE, México, p.58.

Flores González, F. (2011). *Los derechos político-electorales en el Estado de México. Avances y retos*. Reflexiones sobre derecho electoral. Instituto Electoral del Estado de México. México.

González Alcantud, J.A. (1997). *El clientelismo político, perspectiva socioantropológica*. Anthropos Editorial. España.

Peralta, M. I. (2006). *Las estrategias del clientelismo social*. Espacio Editorial. Buenos Aires, Argentina.

Weingast, B. (2001) Instituciones políticas: perspectivas de elección racional. En Goodin, R.; Klingemann, H., *Nuevo manual de ciencia política*. Madrid: Istmo, 2001, pp. 247-283.

b) Referencias de revistas

Acuña Chaverri, I. A. (2009). Elementos conceptuales del clientelismo político y sus repercusiones en la democracia. *Reflexiones*, 88(2) 27-36. Documento consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72917900002>, 23 de julio de 2014.

Audelo Cruz, J. M. (2004). ¿Qué es clientelismo? Algunas claves para comprender la política en los países en vías de consolidación democrática. *Estudios Sociales*, XII(24) 124-142. Documento consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41702404>, 5 de junio de 2014.

Casar, M.A. (2015). México: Anatomía de la corrupción. CIDE & IMCO. Consultado en http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2015/05/2015_Libro_completo_Anatomia_corrupcion.pdf, 2 de julio de 2016.

Hernández Corrochano, D. (2002). El clientelismo posmoderno. *Perfiles Latinoamericanos*, (20) 131-156. Documento consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11502007>, 21 de julio de 2014.

c) Referencias de páginas web

Instituto Federal Electoral (2013). *Estudio Censal de la Participación Ciudadana en las Elecciones Federales de 2012*. Documento consultado en <http://www.ine.mx/docs/IFE-v2/DECEYEC/DECEYEC-EstudiosInvestigaciones/In>

vestigacionIFE/Estudio_Censal_Participacion_Ciudadana_2012.pdf, 2 de mayo de 2015.

El Sol de Toluca, (2012). *Más de 70% de diputados electos ya ocupó cargos*. Documento consultado en <http://www.oem.com.mx/elsoldetoluca/notas/n2612321.htm>, 10 de junio de 2014.

Desacatos, (2011). *El intercambio en política*. Documento consultado en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-92742011000200001&script=sci_arttext

El Universal, (2015). *PRI y Pan tejen lazos de poder*. Documento consultado en <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad-metropoli/2015/impreso/pri-y-pan-tejen-lazos-de-poder-130622.html>, 7 de mayo de 2015.

d) Legislación

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Documento consultado en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>, 15 de julio de 2016.

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales. Documento consultado en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGIPE_130815.pdf, 15 de julio de 2016.

Ley General de Partidos Políticos. Documento consultado en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGPP_130815.pdf, 15 de julio de 2016.

Ley General en Materia de Delitos Electorales. Documento consultado en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGMDE_270614.pdf, 14 de julio de 2016.

Ley General Transparencia y Acceso a la Información Pública. Documento consultado en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGTAIP.pdf>, 14 de julio de 2016.

Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México. Documento consultado en <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/leyvig/leyvig001.pdf>, 11 de julio de 2016.

Ley Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de México y Municipios. Documento consultado en <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/leyvig/leyvig233.pdf>, 11 de julio de 2016.

Código Electoral del Estado de México. Documento consultado en <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/cod/vig/codvig005.pdf>, 11 de julio de 2016.

f. Marco teórico

David Hernández Corrochano refiere que el clientelismo manifiesta dos tensiones: a) entre la autonomía individual y la participación en las relaciones clientelares; b) entre la igualdad democrática y la desigualdad en el mercado

Por su parte, Jorge Audelo Cruz señala que el clientelismo consiste en aquellas relaciones informales de intercambio recíproco y mutuamente benéfico de favores entre dos sujetos, basados en una amistad instrumental, desigualdad, diferencia de poder y control de recursos, en las que existe un patrón y un cliente: el patrón proporciona bienes materiales, protección y acceso a recursos diversos y el cliente ofrece a cambio servicios personales, lealtad, apoyo político o votos.

Acuña Echeverri refiere que el clientelismo puede definirse en un primer momento como un sistema informal de intercambio de favores entre interesados por el acceso a ciertos beneficios públicos que se utilizan para el interés privado.

Combes señala que la noción de clientelismo pasó a la ciencia política a través del francés Jean-Francois Médard, quien señaló que la relación de clientela es una relación de dependencia personal que no está vinculada al parentesco, que se asienta en intercambios recíprocos de favores entre dos personas, el patrón y el cliente, los cuales controlan recursos desiguales...se trata de una relación bilateral, particularista y borrosa...de una relación de reciprocidad...que supone un intercambio de beneficio mutuo entre socios desiguales.

g. Estado del conocimiento del objeto de estudio

El clientelismo político es un instrumento que desarrollan los partidos políticos en aras de preservar el poder público; su práctica atenta, principalmente, contra la esencia de las instituciones que tienen a su cargo la función electoral, poniendo en entredicho su imparcialidad, su certidumbre y su credibilidad ante la sociedad, lo que ha llevado seriamente a cuestionar la legitimidad de la conformación del poder público.

Sin embargo, dicha postura podría ser cuestionada por los teóricos de la elección racional, ya que desde su perspectiva cada individuo tiene una función de preferencias que alcanza su máximo en el *punto ideal* del individuo, es decir, que preferirá aquellas políticas que estén más próximas a su punto ideal que aquellas que estén más alejadas, maximizando sus objetivos (Weingast, 2001), en este sentido, todo individuo tiene la capacidad racional, el tiempo y la independencia emocional necesarias para elegir la mejor línea de conducta, cualquiera que sea la complejidad de la elección (Marsh y Stoker, 1997, pág. 88). En este sentido, el clientelismo adopta un lado *amable*, toda vez que a través de él, el ciudadano accede a los recursos públicos.

h. Metodología general

En el presente trabajo se emplea principalmente la metodología descriptiva. Para el estudio de caso, se apoyó en el método de investigación cualitativa toda vez que éste pone énfasis en la “visión” de los actores y el análisis contextual en el que ésta se desarrolla, centrándose en el significado de las relaciones sociales. La aplicación de entrevistas cualitativa semiestructuradas proporciona una lectura de lo social a través de la reconstrucción del lenguaje, en el cual los entrevistados expresan los pensamientos, los deseos y el mismo inconsciente; es por tanto, una técnica invaluable para el conocimiento de los hechos sociales.

LAS INSTITUCIONES DEMOCRÁTICAS EN EL DERECHO PÚBLICO FRENTE AL CLIENTELISMO POLÍTICO

Rodolfo Rafael Elizalde Castañeda¹

Ovidio Pineda González²

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se analizó, de manera sustancial, la conducta clientelista que desarrollan los partidos políticos en su interrelación con el ciudadano, con el objetivo de conocer las repercusiones que provocan las prácticas clientelares de índole política en las instituciones democráticas; asimismo, con apoyo en la metodología cualitativa, se desarrolló un estudio de caso a nivel municipal, mediante la aplicación de cuestionarios a los principales actores que intervienen en la relación clientelar, de tal suerte que mediante la confrontación de dicha información con la recopilación teórica del propio tema, se fue concluyendo que a partir de que el clientelismo político es un instrumento de control al servicio de los partidos políticos en aras de preservar el poder público, resulta imperante el fortalecimiento de nuestras instituciones democráticas y la revisión del marco regulatorio de los partidos políticos. En este orden de ideas, es importante primeramente, señalar qué se entiende por clientelismo, en su acepción más general, para posteriormente, adentrarnos al estudio del clientelismo político y su relación con las instituciones democráticas.

El clientelismo es un fenómeno en el que concurren dos elementos, el primero, se refiere a las partes que intervienen en él, mientras que el segundo, se refiere a la naturaleza misma de este fenómeno, es decir, el intercambio. Dentro de la relación clientelar se encuentra por un lado, el *patrón*, quien, generalmente, es un

¹ Dr. en D. Profesor-investigador de la Facultad de Derecho de la Universidad Autónoma del Estado de México. Correo institucional: relizalde@uaemex.mx correo personal: rodolfoelizaldecas@yahoo.com.mx

² Egresado de la Maestría en Estudios Jurídicos por la Facultad de Derecho de la UAEM; actualmente labora en el Instituto Electoral del Estado de México (IEEM).

funcionario público o la persona que tiene el acceso y control de los recursos públicos, y por el otro, el *cliente*, caracterizado regularmente por un ciudadano común y corriente. El intercambio es el eje sobre el cual gira la relación clientelar; con dicho intercambio, los sujetos de la relación clientelar obtienen beneficios, sin embargo, es importante señalar que el fenómeno del clientelismo no se agota con la consumación del intercambio. En este orden de ideas, el clientelismo refiere a una relación social asimétrica caracterizada por el intercambio de favores a fin de conseguir un beneficio.³

La consumación del intercambio no finiquita la relación entre las partes, al contrario, forja vínculos de compromiso y lealtad del *cliente* para con el *patrón* y establece *obligaciones* de proveer bienes o servicios a cargo del *patrón* dirigidas hacia el *cliente*, en este sentido, las propias contraprestaciones determinan su continuidad y permanencia;⁴ precisamente, el seguimiento de la relación clientelar está a cargo de otro personaje, a quien comúnmente, se le denomina *mediador*, quien es el vínculo entre el *patrón* y el *cliente*; en este orden de ideas, es el *patrón* quien se ubica a la cabeza de la estructura y quien delega representación al *mediador*, quien a su vez determina, en la gran mayoría de los casos, la selección del *cliente* y la asignación de los bienes, servicios y favores precisamente a favor de éste.⁵

A lo largo de los años el fenómeno del clientelismo ha evolucionado, ha cambiado y se ha adaptado a las distintas necesidades y condiciones del hombre; algunos autores, como David Hernández Corrochano, analiza tres tipos de clientelismo: el tradicional, el moderno y el posmoderno. En el clientelismo tradicional prevalece

³ El clientelismo puede definirse en un primer momento como un sistema informal de intercambio de favores entre interesados por el acceso a ciertos beneficios públicos que se utilizan para el interés privado. Acuña Chaverri, I A; (2009). Elementos conceptuales del clientelismo político y sus repercusiones en la democracia. *Reflexiones*, 88(2) 27-36. Documento consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72917900002>, 10 de julio de 2014.

⁴ En su forma más general, la noción de clientelismo señala vínculos personalizados entre individuos que pertenecen a grupos sociales que disponen de recursos materiales y simbólicos de valor muy desigual, vínculos que se asientan en intercambios de largo plazo de bienes y servicios, generalmente concebidos como obligaciones morales que unen a un "patrón" con los clientes que dependen de él. Combes, H. (2011). ¿Dónde estamos con el estudio del clientelismo? *Desacatos*, (36) 13-32. Documento consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13920696002>, 15 de enero de 2015.

⁵ Cfr. Auyero, J. (1997) *Favores por votos: estudios sobre clientelismo político contemporáneo*. Editorial Lozada. Buenos Aires, Argentina.

una *amistad interesada*, ya que las relaciones clientelares son personales, es decir, cara a cara. Por su parte, el clientelismo moderno es el clientelismo de partido, es el que comúnmente conocemos, es decir, aquel asociado al intercambio de votos por favores y en el que las relaciones son impersonales. Finalmente, el clientelismo posmoderno no presenta una vuelta hacia el clientelismo tradicional, pero tampoco corresponde a un clientelismo moderno caracterizado por la creciente presencia del Estado como dador de los recursos en la relación.⁶

En el caso que nos ocupa, resultaría complejo encasillar al clientelismo político en alguno de los tres tipos antes señalados, ya que *retoma* de cada uno ciertas características, es decir, al igual que el tradicional establece una relación *interesada*; del clientelismo moderno, es de donde indudablemente coincide en posicionar en la cúspide de la relación al partido político y del posmoderno resalta la presencia del *mediador*, como vínculo entre el partido político y el ciudadano. Es menester señalar, que en todos los casos, la relación clientelar se desarrolla en desigualdad de condiciones; lo anterior, deriva precisamente de la verticalidad de la estructura clientelar, en donde se sitúa al *patrón* en la cúspide, mientras que la base es conformada por los *clientes*. De lo anterior, se puede inferir que el clientelismo político es aquella relación de intereses recíprocos en la que el *patrón* -partido político-, a través del *mediador*, provee de recursos, bienes o servicios, al *cliente* -ciudadano- quien a su vez ofrece como contraprestación compromiso y lealtad al partido político. A pesar de que algunos lo vean como un medio *informal* para poder acceder a ciertos recursos del Estado, no pasa inadvertido, que el fenómeno clientelar es un instrumento que va en contra de toda práctica democrática, ya que como se analizará más adelante, el clientelismo es un medio de control que implementan de los partidos políticos y que causa un menoscabo a la esencia de las instituciones democráticas.

⁶ Cfr. Hernández Corrochano, D. (2002). El clientelismo posmoderno. Perfiles Latinoamericanos, (20) 131-156. Documento consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11502007>, 21 de julio de 2014.

Considerado un instrumento de control ejercido sobre el ciudadano, el clientelismo político es un instrumento que desarrollan los partidos políticos en aras de preservar el poder público. Como tal, el fenómeno clientelar es una práctica *informal* que tiene lugar fuera del contexto legal, es decir, su práctica atenta, principalmente, contra la esencia de las instituciones que tienen a su cargo la función electoral, poniendo en entredicho su imparcialidad, su certidumbre y su credibilidad ante la sociedad, lo que ha llevado seriamente a cuestionar la legitimidad de la conformación del poder público; como se aprecia, el fenómeno clientelar al atentar contra la autoridad electoral, por ende, opera en detrimento de las instituciones democráticas. Lo anterior, representa un problema en el ámbito del derecho público, simple y sencillamente, porque la organización de las elecciones es una función que el Estado realiza a través del Instituto Nacional Electoral (INE) y de los Organismos Públicos Locales Electorales (OPLEs), en este sentido, si bien es cierto, ambos organismos son autónomos, con personalidad jurídica propia y patrimonio propios, también es cierto, que realizan una función estatal, por lo que son figuras del derecho público que sirven de instrumento al Estado democrático.

1. EL CLIENTELISMO POLÍTICO EN MÉXICO

En México el fenómeno clientelar de índole social tuvo su origen en aquellas demarcaciones marcadas por la pobreza y la desigualdad social; de ahí que la implementación de políticas públicas sigan siendo meros instrumentos de control a favor del aparato estatal. Por su parte, el clientelismo político involucra, además de los estratos más vulnerables, aquellas clases consideradas media-baja y baja; además, de que los partidos políticos se posicionan en un rol determinante, precisamente porque es en el marco de la política en donde se desarrollan las relaciones de clientela de índole político.⁷ Es importante señalar, que en todo

⁷ Cfr. Schröter, B. (2010). Clientelismo político: ¿Existe el fantasma y cómo se viste? *Revista Mexicana de Sociología*, 72(1) 141-175. Documento consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32116013005>, 10 de julio de 2014.

fenómeno clientelar el contexto social fortalece su desarrollo: es aquél espacio carente de condiciones para el desarrollo digno del ser humano, el lugar en donde tiene cabida el clientelismo político.

En el clientelismo político concurren tres actores, por un lado el *patrón* o partido político; al otro extremo se encuentra el *cliente* o ciudadano; y entre éstos aparece, el *mediador* o intermediario, quien es la persona que representa los intereses del partido político; la relación tiene intereses recíprocos, es decir, el partido político, a través de los *mediadores*, provee bienes, recursos o servicios o cualquier otro tipo de dádiva a los ciudadanos, mismas que van desde las conocidas despensas mensuales o *apoyos*, como ellos mismos los denominan, hasta servicios médicos gratuitos, con el objetivo de dirigir en beneficio del propio partido su preferencia partidista para después canalizar su intención del voto a fin de preservar el poder público; el ciudadano o *cliente*, por su parte, ofrece compromiso y disposición para con el partido; es importante apuntar que los *mediadores*, en su relación con los *clientes*, son artífices en crear un marco de lealtad para con el partido político, este rasgo de fidelidad en la relación clientelar de índole político, es otro de los elementos que lo diferencian del clientelismo social, ya que en éste, los mediadores sociales no desarrollan acciones que procuren lealtad ni para con el *patrón* y mucho menos para con los *clientes*.⁸ El *mediador*, quien es un líder en la comunidad, ocupa generalmente un lugar dentro de la burocracia del propio partido, es la *cara* amable del propio partido político para con el ciudadano, es decir, el papel del *mediador* deja del lado el simple anonimato, haciendo del clientelismo una relación mucho más personal y humanitaria.⁹

La lealtad que precede al compromiso en la relación clientelar es un elemento fundamental, sin embargo, desde una perspectiva ajena a la relación clientelar, pareciera que independientemente del compromiso adquirido, se llega establecer

⁸ Cfr. Peralta, M. I. (2006). *Las estrategias del clientelismo social*. Espacio Editorial. Buenos Aires, Argentina. p. 152.

⁹ Cfr. González Alcantud, J.A. (1997). *El clientelismo político, perspectiva socioantropológica*. Anthropos Editorial. España. p. 54.

un cierto tipo de control o dominio sobre el *cliente*; esto es así, porque las relaciones clientelares están determinadas por lazos verticales que se fundamentan en diferencias de poder, provocando una dependencia jerárquica y de control;¹⁰ en este sentido, la relación clientelar como forma de control político moldea ciudadanos pasivos y dependientes, en tal sentido, el clientelismo surge a consecuencia de la gran desigualdad social, lo que determina invariablemente que el ciudadano no tenga otra opción más que acceder a una relación de dependencia con un *patrón* político.¹¹

Sin embargo, resulta imposible comprobar de manera empírica una obediencia electoral masiva, como consecuencia del ejercicio del control político desplegado a través del clientelismo;¹² situación que es parcialmente cierta, y no en el sentido de su comprobación, sino en la ejecución del control que despliega el *patrón* sobre el cliente y que puede traducirse, no solamente al momento de votar, sino en la influencia que provoque sobre el *cliente* cuando éste revalore una decisión, en otras palabras, el control ejercido sobre el *cliente* tal vez no se aprecie materializado en un acto o conducta, sino en la inhibición o en el cambio que pueda provocar en sus creencias; desde este punto de vista, aquí es donde podría radicar el control del partido político sobre los *clientes*.

Por lo anterior, es importante reiterar el papel que desempeñan los *mediadores*, en su calidad de representantes de un partido político, ya que su importancia depende de su capacidad para resolver problemas de los clientes. Los mediadores materializan acciones de control a través de mecanismos de manipulación, es decir, en la relación vertical de poder, los *mediadores* podrían ubicarse en una situación privilegiada, incluso sus *facultades discrecionales* pueden determinar el tejido estructural de la clientela. En este sentido, es menester señalar, que si bien los *mediadores* provienen del mismo extracto social que los clientes, lo que les

¹⁰ Cfr. Auyero, J. op. cit.

¹¹ Cfr. Alonso, V. (2007). Acerca del clientelismo y la política social: reflexiones en torno al caso argentino. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*. No. 37. Caracas. Documento consultado en <http://www.clad.org/portal/publicaciones-del-clad/revista-clad-reforma-democracia/articulos/037-febrero-2007/0055753>, 2 de agosto de 2014.

¹² Ibid, p. 6

diferencia de éstos, son las múltiples relaciones interpersonales y políticas con las que cuentan, mismas que le facilitan la cooptación clientelista.¹³

En este sentido, resulta viable puntualizar que el clientelismo se presenta como medio de control indirecto, no coercitivo, pero sí *punitivo*, en el sentido de segregar a aquél individuo que no cumpla con el acuerdo; dicho control está orientado hacia la dependencia del *cliente* hacia el *patrón* encauzado a través de la figura del *mediador*.

Pareciera que el clientelismo político es, en esencia, un medio de control por su carácter manipulador; sin embargo, esta postura puede ser desechada por los teóricos de la elección racional, al señalar que cada individuo tiene la posibilidad de elegir de acuerdo a sus preferencias más próximas, es decir, se advierte que todo individuo actúa de manera estratégica, priorizando sus objetivos,¹⁴ en este orden de ideas, a pesar de complejidad de la elección, debe ponderar la capacidad racional del individuo, quien además tendrá el tiempo y la autonomía emocional que se requiere para elegir la mejor línea de acción;¹⁵ al respecto cabe cuestionar, si el individuo elige racionalmente independientemente del contexto en el que se encuentra, situación que debería ser matizada toda vez que las prioridades del individuo cambian y se adaptan con respecto al contexto en el que se desarrolla y de acuerdo a su *historial interpersonal*. En otras palabras, en el fenómeno del clientelismo, el individuo si bien tiene la capacidad de elección, ésta no es totalmente pura, natural y originaria.

A final de cuentas, el carácter consensuado o de dominio del fenómeno clientelar, golpea drásticamente a las instituciones democráticas del país, toda vez, que en la mayoría de los casos, sirve de instrumento perverso a aquellos grupos que detentan una posición privilegiada y utilizan los recursos públicos para un fin

¹³ Idem.

¹⁴ Cfr. Weingast, B. (2001) Instituciones políticas: perspectivas de elección racional. En Goodin, R.; Klingemann, H., *Nuevo manual de ciencia política*. Madrid: Istmo, 2001, p. 251.

¹⁵ Cfr. Marsh, D. y Stoker, G (1997). *Teoría y métodos de la ciencia política*. Alianza Editorial. Madrid, España. p. 88.

distinto para el que fueron creados, tal y como ocurrió en las elecciones locales de 2011 para renovar al titular del poder ejecutivo en la entidad, cuando un alto funcionario del gobierno estatal instruía a servidores públicos para comprar el voto de los ciudadanos a cambio de la entrega de programas estatales.¹⁶

En este orden de ideas, la mayoría de los estudiosos del tema coinciden en relacionar al clientelismo con la corrupción; tanto el clientelismo político como el fenómeno de la corrupción se desarrollan de manera similar, toda vez que privatizan la vida pública y consideran a los bienes públicos como elementos divisibles y excluyentes, a los que se les da un precio y los cuales no se desenvuelven dentro de los parámetros de legalidad. En definitiva, el término más comúnmente asociado al clientelismo político es la corrupción.¹⁷

2. EL PAPEL DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

Sería impreciso señalar que el clientelismo político es el único responsable de todos los males que aquejan al Estado democrático, sin embargo, sí es posible afirmar que tal fenómeno *coadyuva* para monopolizar el acceso al poder público, por ejemplo, basta señalar que en la integración de la LVIII Legislatura del Estado de México, más del 70% de los diputados ya habían desempeñado cargos de elección popular;¹⁸ con el evidente acaparamiento del acceso al poder público que ejercen los partidos políticos se vulneran diversos derechos políticos de los ciudadanos, entre ellos, el derecho a ser votado, es decir, con estas prácticas, hasta cierto punto discriminatorias, se deja fuera del alcance de los ciudadanos, en lo individual y dejando de lado las candidaturas independientes, la capacidad

¹⁶ Desacatos, (2011). *El intercambio en política*. Documento consultado en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-92742011000200001&script=sci_arttext, 8 de junio de 2014.

¹⁷ La relación entre clientelismo y corrupción ha sido objeto de análisis desde hace tiempo. La corrupción ha sido vista como un elemento más de los que intervienen en los intercambios "clientelistas". Cazzola, por ejemplo, ha resaltado la continuidad entre estos dos fenómenos, considerando aspectos como el intercambio de favores, la desconfianza generalizada o la ausencia de una cultura política. Audelo Cruz, J. M. (2004). ¿Qué es clientelismo? Algunas claves para comprender la política en los países en vías de consolidación democrática. *Estudios Sociales*, XII (24) 124-142. Documento consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41702404>, 5 de junio de 2014.

¹⁸ El Sol de Toluca, (2012). *Más de 70% de diputados electos ya ocupó cargos*. Documento consultado en <http://www.oem.com.mx/elsoldetoluca/notas/n2612321.htm>, 10 de junio de 2014.

real para participar en la vida política del Estado a partir del acceso y ejercicio de los cargos de elección popular.¹⁹

Como ha quedado señalado, el papel de los partidos políticos determina la naturaleza del clientelismo político; este fenómeno no es privativo de un sólo instituto político, sin embargo, es el Partido Revolucionario Institucional (PRI) su mejor exponente; derivado de ello, es menester señalar que el presente trabajo se referirá, principalmente, a este partido, por ser la entidad de interés público que cuenta con una estructura plenamente determinada y definida, lo que hace más viable y eficaz el desarrollo de estrategias clientelares.

El monopolio del poder político tiene diversas modalidades que van desde el acaparamiento en la postulación de candidaturas, la integración de las listas de los cargos de elección popular o la designación de aquellos cargos no sujetos a la voluntad popular, un claro ejemplo de ello, acontece en la entidad mexiquense, precisamente en el municipio de Metepec, en donde el actual alcalde priista, ya se ha desempeñado como regidor por el mismo municipio y como diputado por el distrito local número XXXV con cabecera en el mismo municipio. Situaciones, como ésta, se multiplican en todo el Estado de México de cara a la celebración de nuevos comicios para renovar a la legislatura local y a los 125 ayuntamientos. Tales patrones de comportamiento deslegitiman, en cierta manera, la integración del poder público, ya que evidencian prácticas antidemocráticas atestadas de favoritismos como consecuencia de *compadrazgos*, amistades, e incluso, por lazos familiares.²⁰

Como se aprecia de lo anteriormente señalado, se hace énfasis en el monopolio del poder político y público que desarrollan las principales fuerzas políticas, y esto

¹⁹ Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación. (2012). *Reporte sobre la discriminación en México 2012, Derechos Políticos*. Documento consultado en http://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=noticias&id=3021&id_opcion=108&op=214, 17 de agosto de 2014.

²⁰ El Universal, (2015). *PRI y Pan tejen lazos de poder*. Documento consultado en <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad-metropoli/2015/impreso/pri-y-pan-tejen-lazos-de-poder-130622.html>, 7 de mayo de 2015.

obedece a que el fenómeno del clientelismo político, tiene el carácter y la naturaleza de medio de control social y político, a pesar de que el *cliente* tenga aparentemente la libertad para decidir de manera libre y autónoma, esto no siempre es así, ya que dicha práctica se realiza en un plano desigual, en donde la libertad no tiene referente, ya que un estado de necesidad no permite la posibilidad de elección.

Ahora bien, retomando lo señalado en el sentido de que es el PRI el mejor representante de la instrumentación del clientelismo político se debe, entre otros aspectos, a que este instituto político cuenta, como ninguno otro, con una estructura operativa plenamente definida. Por ejemplo, en el Estado de México el PRI cuenta con un aparato focalizado hacia las mujeres, entre otros, denominado Organismo Estatal de Mujeres Jóvenes; éste opera desde su base a través de mujeres a quienes se les denomina líderes seccionales, conocidas también como mujeres jóvenes trabajando; su labor es dirigida por 125 coordinaciones municipales, quienes a su vez dependen de 16 coordinadores regionales. Dicho Organismo tiene como misión fomentar la participación de las mujeres jóvenes en la vida política de la entidad, a través de diversas líneas de acción, consistentes, principalmente, en dotar de bienes o servicios a las mujeres jóvenes y a su círculo familiar y vecinal. Asimismo, el organismo estatal lleva a cabo la aplicación de varios programas de apoyo específico, entre los que se encuentran, por sólo nombrar algunos, el de Apoyo Jurídico a las Mujeres Jóvenes, así como el de Despensas para Madres Jóvenes Solteras, entre otros.

Como puede apreciarse el género femenino representa un sector importante para el PRI, y no es menor la cuestión, si consideramos que de acuerdo con los datos arrojados por el Estudio Censal Sobre la Participación Ciudadana en la Elección Federal 2009, elaborado por el entonces Instituto Federal Electoral, a nivel nacional la tasa de participación femenina fue de 47.35% superando prácticamente por 7 puntos porcentuales a la masculina, que fue de 40.53%; en el caso del Estado de México, durante la misma elección, se observó que la

participación femenina respecto a la masculina, estuvo por encima de la estimada a nivel nacional; incluso en los distritos electorales federales XXXII y XXXIII, la diferencia entre sexos llegó hasta los 15.74 y 14.56 puntos porcentuales, respectivamente.²¹ Para la elección federal de 2012, de acuerdo con informe denominado Estudio Censal de la Participación Ciudadana en las Elecciones Federales 2012, a nivel nacional, las mujeres tuvieron una tasa de participación del 66.08%, superando en 8 puntos porcentuales la tasa de participación masculina que fue del 57.77%; en la entidad mexiquense, nuevamente hubo mayor participación de las mujeres, en donde exceptuando al distrito electoral federal XV, hubo una diferencia por arriba de la estimada a nivel nacional sobre la participación masculina.²²

Otro dato que parece importante apuntar, respecto a la importancia política-electoral que representa el sector femenino, es que de acuerdo con la Encuesta Intercensal 2015 elaborada por el Instituto Nacional Estadística y Geografía (INEGI), los hogares encabezados por las mujeres se incrementó en 4 puntos porcentuales entre los años 2010 y 2015, lo que se traduce en que una mujer está al frente de 29% de los hogares en el país.²³

En este orden de ideas, no es casualidad la concepción del Organismo Estatal de Mujeres Jóvenes del PRI, ya que al ser el sector femenino quien más acude a las urnas y quien día a día adquiere más presencia en todos los sectores, resulta lógico que este organismo de mujeres, principalmente, sea el encargado de operar el clientelismo político en el Estado de México, a través de sus líderes seccionales, en su carácter de *mediadoras*.

²¹ Instituto Federal Electoral, (2011). *Estudio Censal Sobre la Participación Ciudadana en la Elección Federal de 2009*. Documento consultado en http://www.ine.mx/archivos2/portal/DECEYEC/EducacionCivica/materiales/estudiosInvestigaciones/IFE_2009_Censo_Version_Final.pdf, 2 de mayo de 2015.

²² Instituto Federal Electoral (2013). *Estudio Censal de la Participación Ciudadana en las Elecciones Federales de 2012*. Documento consultado en http://www.ine.mx/docs/IFE-v2/DECEYEC/DECEYEC-EstudiosInvestigaciones/InvestigacionIFE/Estudio_Censal_Participacion_Ciudadana_2012.pdf, 2 de mayo de 2015.

²³ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). *Resultados Definitivos de la Encuesta Intercensal 2015*. Documento consultado en http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/especiales/especiales2015_12_3.pdf, 13 de enero de 2016.

3. ESTUDIO DE CASO A NIVEL MUNICIPAL EN EL ESTADO DE MÉXICO

Es en el municipio de Metepec, Estado de México, concretamente en la colonia Infonavit San Francisco, en donde se ha *sumergido* hasta donde ha sido posible y a partir del cual se desarrolló el presente estudio de caso; es el seno de la comunidad, el espacio donde se desarrollan las relaciones clientelares de índole política; de ahí que el espacio municipal sea ese complejo microcosmos en el que convergen todo tipo de aparentes contradicciones políticas que de alguna manera ayudan a comprender la naturaleza del clientelismo político.²⁴ Metepec, además de colindar con la capital del Estado de México, es uno de los municipios que en los últimos años se ha caracterizado por su notable crecimiento poblacional y económico. El municipio mexiquense, ocupa el lugar número 19 de entre los 125 municipios de la entidad con mayor número de ciudadanos inscritos en el padrón electoral y la lista nominal de electores;²⁵ situación que lo vuelve sumamente *rentable* para la práctica del clientelismo político, tomando en cuenta el alto índice de participación ciudadana que acudió a las urnas durante los comicios de dos mil once para renovar al titular del ejecutivo en la entidad, la cual representó poco más del 59% en relación con el total de ciudadanos inscritos en la lista nominal en dicho año en el municipio de Metepec.²⁶

La colonia Infonavit San Francisco, presenta un nivel socioeconómico medio-bajo; se caracteriza por viviendas de 2 niveles que en su mayoría lucen descuidadas y habitadas por un gran número de personas: el escenario ideal para la práctica clientelar. Cuenta con 7 secciones electorales, lo cual significa que es una colonia con un alto índice poblacional, en comparación con una de sus colonias vecinas la cual cuenta sólo con 2.

²⁴ Cfr. González Alcantud, J.A. op. cit. p. 54.

²⁵ Cabe señalar que el municipio de Metepec respecto al número de ciudadanos inscritos en el padrón electoral y registrados en la lista nominal de electores, se encuentra por encima de municipios como Atlacomulco, Cuautitlán, Chicoloapan, Zinacantepec, Zumpango, entre otros, no menos importantes. (Instituto Electoral del Estado de México, IEEM, 2014, Documento consultado en http://www.ieem.org.mx/numeralia/lista_nominal.html, 13 agosto de 2014.

²⁶ Cfr. Martínez Vilchis, J. (2013). *Las razones del voto en el Estado de México*. Editorial Fontamara, México. Cuadro comparativo, p. 32.

El presente estudio pretendió, en primer lugar, corroborar la propia existencia del clientelismo político; en segundo lugar, derivado de lo anterior, se analizó el tipo de relación entre el Partido Revolucionario Institucional y sus líderes seccionales, así como con los propios beneficiarios de diversos apoyos, a fin de conocer si dicha relación es voluntaria o de dominio. En este orden de ideas interesó conocer el presente como la historia actual, como aquél fragmento temporal que permite captar la realidad de un todo complejo.²⁷ A fin de lograr lo anterior, se aplicaron 37 cuestionarios; 7 de ellos dirigidos a las líderes seccionales del PRI y los restantes a beneficiarios de diversos apoyos; para obtener información lo más objetiva posible, fue necesario situarse en cada una de las 7 secciones, con el objeto de lograr un escenario de confianza para el entrevistado; de tal forma que las líderes seccionales del PRI y los beneficiarios respondieron, de manera libre, espontánea y natural, a cada una de las preguntas que les fueron formuladas. Cabe señalar que por motivos de seguridad, los nombres de los entrevistados se omiten, por lo que sólo nos referiremos al líder o líderes seccionales, al beneficiario o beneficiarios.

Es menester señalar que derivado de la primera charla sostenida con una de las líderes seccionales, ésta nos manifestó de manera sustancial que al menos en el Estado de México, por cada sección electoral, el PRI tiene a una responsable, a quien se le denomina *Líder Seccional*, esta figura recae en personas del sexo femenino; cada demarcación territorial es plenamente conocida por la líder, toda vez que es su campo de acción y considerado por el propio partido político como la unidad básica desde la cual operan. Estos líderes, independientemente de que formen parte de la estructura formal o informal del partido, median los intereses de su grupo frente al partido político.²⁸

A partir de la aplicación de los cuestionarios, tanto las líderes seccionales así como los beneficiarios, reconocieron la existencia de la relación que de alguna

²⁷ Cfr. Massé Narváez, C. E. (1989). *El estudio del presente y la investigación de los problemas nacionales*. Instituto de Investigaciones Bibliográficas, UNAM, México, p. 4.

²⁸ Cfr. Schröter, B. op. cit.

manera los liga al PRI; en este sentido, cada beneficiario señaló que dicha relación era voluntaria, ya que nunca habían sido obligados o presionados a participar en actividades del Partido Revolucionario Institucional.

Por su parte las líderes seccionales, señalaron que son ellos los sujetos que mantienen el contacto directo y de frente con los beneficiarios, que en tal sentido deben tener cierto liderazgo o reconocimiento vecinal, además de que si bien forman parte de la estructura partidista, no perciben remuneración económica por parte de su partido.

Como se había señalado anteriormente, la lealtad es un principio fundamental para el desarrollo del clientelismo político a diferencia del clientelismo de índole social; en este sentido, de los datos recabados, tanto las líderes seccionales como los beneficiarios señalaron que al gestionar y recibir apoyos, respectivamente, adquieren un compromiso que les merece lealtad para con su partido político; los patrones de lealtad son fundamentales en la relación clientelar, ya que en cierta forma legitiman la presencia de los actores en dicha relación.²⁹ En este sentido, dicha aseveración por parte de los entrevistados, podría descalificar cualquier tipo de control y/o dependencia hacia el partido político.

De la información recabada en campo se puede concluir, de manera sustancial, que el fenómeno clientelar es un modo de vida, en el que emergen diversas circunstancias que determinan su permanencia y arraigo, en dicha relación el *cliente* actúa según su propia elección, es decir, él no consiente ningún tipo de coacción sobre su voluntad, sin embargo, desde la perspectiva del propio ciudadano el presente asunto no trasciende, ya que desde una óptica de la participación ciudadana, la operatividad y las consecuencias del clientelismo político sí influyen en el pensar y en el actuar de los ciudadanos. Situación que contraviene el principio de libertad que debiera resguardar un Estado que se jacte de ser democrático.

²⁹ Cfr. Acuña Chaverri, I. A. op. cit. p. 32.

4. RELACIÓN ENTRE EL CLIENTELISMO POLÍTICO Y EL ORDEN JURÍDICO PÚBLICO

El clientelismo político es un instrumento que la mayoría de los partidos políticos utilizan con el objetivo de conseguir el poder público a fin de preservar el mismo; la práctica de este fenómeno, desde cualquier óptica, invade el terreno de la ilegalidad y por ende se sitúa al margen de nuestro ordenamiento jurídico en detrimento del Estado democrático. A fin de posicionar al clientelismo político a partir del ordenamiento jurídico público, resulta viable señalar de manera sustancial la naturaleza y fines de los partidos políticos, como los ejes primordiales de su funcionamiento.

De acuerdo con el artículo 41, Base Primera, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los partidos políticos son entidades de interés público que tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de los órganos de representación política y como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público. No es fácil definir lo que es un partido político, ya que algunos autores los ubican como órganos del Estado, y otros, como asociaciones privadas; ambos casos son imprecisos; ya que al considerarlos como parte del Estado limitaría autonomía interna e iría contra la ideal de que los partidos nacen de la sociedad, a la cual representan y se deben; considerarlos en el ámbito privado no es factible porque no pueden identificarse con cualquier asociación de derecho privado, como las sociedades mercantiles; más aún, porque los partidos tienen finalidades públicas y no exclusivamente privadas. En este orden de ideas, lo más prudente es ubicarlos en un espacio intermedio entre lo público y lo privado.³⁰ En la actualidad la naturaleza que poseen los partidos políticos como entidades de interés público, ha generado todo tipo de controversias, ya que si bien no son parte orgánica del Estado, sí son copartícipes de éste respecto a la

³⁰ Cfr. Cárdenas Gracia, Jaime F. (2001). *Partidos Políticos y Democracia*. Colección Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, número 8, IFE, México, p.36.

democratización de la sociedad, aunado a que gran parte de su financiamiento está a cargo del erario. Ahora bien, el mismo articulado de la Carta Magna establece, claramente, que para integrar el poder público deberán hacerlo a través del sufragio universal, libre, secreto y directo. La libertad del elector se refiere a la ausencia de cualquier tipo de presión que influya en su voto, por lo que la secrecía del propio acto garantiza tal libertad.³¹ Si bien es cierto, las características del sufragio deben materializarse al momento de ejercer el derecho a votar, también es cierto, que la libre emisión del sufragio no debería reducirse al simple acto en el que se emite el mismo, es decir, el ámbito de su libertad debe carecer de cualquier tipo de influencia mediata o inmediata que se pueda ejercer sobre el elector, pues de lo contrario se está en presencia de lo que se conoce como voto clientelar, aquél que se intercambia por cualquier bien o servicio. Este tipo de voto es ilegítimo desde la perspectiva democrática, pues a cambio de una contraprestación, compra voluntades las cuales deberían expresarse libremente y lejos de cualquier índole comercial.³² Dicho en otras palabras, la instrumentación del clientelismo político afecta de manera directa la naturaleza del sufragio, ya que derivado de la relación clientelar se crea un compromiso, a manera de lealtad, que es determinante al momento de votar, en tal sentido, la emisión del sufragio, si bien es materialmente libre, contiene precedentes que vulneraron la libertad del elector, quien en definitiva, al momento de depositar la boleta en la urna, su elección está *contaminada* por el entorno clientelar.

Por otro lado, la Constitución Federal, en el mismo artículo 41, Base Primera, Párrafo Segundo, establece que sólo los ciudadanos podrán formar partidos políticos y que la afiliación a éstos será libre e individual. En este sentido, no se puede obligar a un ciudadano a afiliarse a un instituto político, toda vez que esta adherencia debe ser voluntaria, sin embargo, con la presencia del clientelismo político parece que acontece lo contrario. Como se señaló en líneas anteriores, la

³¹ Cfr. Castellanos Hernández, E. J. (2014). *Nuevo Derecho Electoral Mexicano*. Trillas, México, p. 94.

³² Cfr. Crespo, José. A. (2013). *Elecciones y Democracia*. Colección Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, número 5, IFE, México, p. 58.

relación de la triada *patrón-mediador-cliente* obedece eminentemente al cumplimiento de expectativas de manera recíproca, es decir, se desarrolla en función de intereses; el patrón, a través de mediadores, ofrece al cliente dádivas, a cambio de crear un compromiso. Aquí resulta de fundamental relevancia la figura del mediador, ya que éste es quien, a manera de *facultad discrecional*, selecciona a qué personas destina el apoyo de que se trate. Una vez que los elige, y previo a proveerles cualquier tipo de dádiva o establecer algún compromiso para su entrega, el cliente deberá afiliarse al partido político para tener *derecho* a recibir el apoyo, además, tal afiliación *consentida* deberá ser regularmente ratificada, en actos de apoyo al partido y extendida hacia los demás integrantes del núcleo familiar; hablamos entonces de afiliaciones psicológicamente coercitivas sustentadas en la necesidad de las personas. Esta situación vulnera tajantemente lo establecido en nuestro máximo ordenamiento jurídico, contraviniendo principios de afiliación para pertenecer a un instituto político, no sólo dejando de observar la libertad y la individualidad del acto, sino instrumentando prácticas prohibidas por el propio ordenamiento constitucional respecto a las afiliaciones *masivas*. El derecho de afiliación si bien no se encuentra plasmado en el artículo 35 de la Constitución Federal, sí se encuentra contenido en su artículo 99, fracción V, al señalar que al Tribunal Electoral del Poder le corresponden las impugnaciones de actos y resoluciones que violen los derechos político-electorales de los ciudadanos de votar, ser votado y de afiliación libre y pacífica para tomar parte en los asuntos políticos del país. En este sentido, si bien es cierto, que el derecho de afiliación debe estar garantizado por la autoridad electoral, también es cierto, que dicha obligación de igual forma corresponde a los partidos políticos.³³

Cuando se señala que el fin primordial del clientelismo político es precisamente la preservación del poder público, se está ante la presencia de uno de los grandes males de la democracia: el monopolio del poder público. El respaldo electoral que se logra a través de las prácticas clientelares permite al partido político decidir, de

³³ Cfr. Flores González, F. (2011). *Los derechos político-electorales en el Estado de México. Avances y retos*. Reflexiones sobre derecho electoral. Instituto Electoral del Estado de México. México, p. 129.

manera unilateral, la postulación de candidaturas a cargos de elección popular, evidentemente dichos espacios son lugares privilegiados a los que no cualquier ciudadano puede acceder; pero, ¿qué pasa entonces con el mandato constitucional que señala que los partidos políticos, como organizaciones de ciudadanos, deben hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público? Como bien se puede apreciar, dicho fin no se cumple a cabalidad, toda vez que sólo es una élite la que toma parte en los asuntos públicos. Una de las características de la política mexicana se refiere a aquél grupo de personas ligadas por intereses políticos comunes sobre la base de la confianza mutua para posicionarse dentro de la dirigencia política, dicho grupo se conoce como *camarilla*.³⁴ En este sentido, haciendo de lado a las candidaturas independientes, es importante considerar hasta qué grado los partidos políticos violentan el derecho a ser votado consagrado en el artículo 35 de la Carta Magna.

Como se ha señalado, los efectos que provoca el fenómeno clientelar contravienen diversas disposiciones constitucionales, y en esta misma dirección, los partidos políticos transgreden las demás leyes secundarias que se supone debieran observar. Por ejemplo, es evidente que la práctica clientelar carece de todo fundamento ético, toda vez que la manipulación es parte del medio para influir sobre el ciudadano. En este sentido, el actuar de los partidos políticos, contraviene de manera lastimosa lo dispuesto en el artículo 3, numeral 3 de la Ley General de Partidos Políticos, el cual establece que los partidos políticos promoverán los valores cívicos y la cultura democrática, entre niñas, niños y adolescentes. Desafortunadamente lo que se promueve con el clientelismo político es la complicidad, estimulándose la formación de ciudadanos pasivos e indiferentes al ejercicio de la educación cívica, situación que desdeña el valor de la cultura democrática. En este orden de ideas, cabe señalar que una sociedad enajenada del ideal constitutivo de la democracia, es una sociedad que tendrá las

³⁴ Cfr. Camp, R. (2008). *La política en México*. Siglo XXI Editores. México, p. 159.

mínimas posibilidades de comprometerse a participar para presionar a sus representantes.³⁵

Asimismo, la Ley General de Partidos Políticos, en su artículo 25, inciso a) establece dos supuestos que deberán observar los partidos políticos, por principio de cuentas señala la obligación de conducir sus actividades dentro de los cauces legales, al respecto, el clientelismo que despliegan los partidos políticos se encuentra fuertemente ligado al fenómeno de la corrupción, por ende, la actividad clientelar, como ya se había señalado anteriormente, se ubica fuera de todo contexto jurídico; asimismo, obliga a los partidos políticos a ajustar su conducta y la de sus militantes a los principios del Estado democrático, respetando la libre participación política de los demás partidos políticos y los derechos de los ciudadanos; en definitiva, la conducta que despliega el partido político y sus militantes, en el marco del clientelismo político, no hace otra cosa más que mitigar el Estado democrático.

Hasta aquí ha quedado de manifiesto como los partidos políticos que instrumentan actividades clientelares transgreden, además de la Norma Suprema, su propia ley reglamentaria; enseguida se señalarán algunas disposiciones legales que, desde un enfoque de la propia autoridad electoral, no observan los partidos políticos o que en su caso, son infringidas por el fenómeno clientelar.

De acuerdo con la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Instituto Nacional Electoral (INE) es un organismo público autónomo que cuenta con personalidad jurídica y patrimonio propios; entre los fines que persigue, de acuerdo con el artículo 30 de la citada Ley, es el de contribuir al desarrollo de la vida democrática; preservar el fortalecimiento del régimen de partidos políticos; asegurar a los ciudadanos el ejercicio de los derechos político-electorales; velar por la autenticidad y efectividad del sufragio; llevar a cabo la promoción del voto y

³⁵ Cfr. Rodríguez Araujo, O. (2002). *Régimen político y partidos en México* (Ensayos). Instituto Electoral del Estado de México, México, p. 129.

coadyuvar a la difusión de la educación cívica y la cultura democrática; así como la encomienda, por mandato constitucional, de realizar la función estatal de organizar las elecciones para la renovación de los integrantes de los Poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión; entre otros; señalado lo anterior, es menester puntualizar que el INE al realizar una función del Estado, lo convierte en sujeto de derecho público.

Una de las características de los Estados democráticos recae en la certidumbre y fortaleza de sus instituciones, en tal virtud, la función que desempeña el INE y que se reproduce en los Organismos Públicos Electorales en cada una de las entidades, va más allá de la simple organización periódica de las elecciones, su labor, como se aprecia en el párrafo que antecede, está dirigida a formar una ciudadanía responsable, conocedora e informada de sus derechos político-electorales en aras de contribuir al desarrollo de la vida democrática de este país; pero no sólo es responsabilidad de la autoridad electoral, ya que para que esa participación sea racional y con objetivos bien determinados se requiere de educación y conciencia política, que sólo los partidos políticos u organizaciones similares podrían propiciar,³⁶ sin embargo, la autoridad electoral tiene que afrontar obstáculos que van en detrimento de sus propios fines. Una de las actividades que más dedicación ocupan al interior de los órganos electorales es el de la participación ciudadana, materializada en su forma más común a través de la emisión del sufragio. Es de conocimiento general, que el índice de ciudadanos que concurren a votar es considerablemente bajo; varias son las causas que originan este malestar, como por ejemplo, el descontento social; la presencia de corrupción en todos los ámbitos del gobierno; la falta de credibilidad en las instituciones democráticas creadas precisamente para fomentar la cultura democrática, como el es caso del INE y sus organismos locales; así como el comportamiento nocivo de la gran mayoría de los partidos políticos que en su afán por preservar el poder

³⁶ Cfr. Ibid, p. 150.

público se valen de cualquier instrumento, que en el caso que nos ocupa, se manifiesta a través del clientelismo político; entre otras.

El clientelismo político atenta de manera directa contra la autoridad electoral, ya que su instrumentación causa un menoscabo en la función de la propia autoridad, es decir, mientras que el INE y sus organismos locales tienen entre sus fines el garantizar el ejercicio de los derechos político-electorales de los ciudadanos, así como el de velar por la autenticidad y efectividad del sufragio, por su parte, los partidos políticos, a través de la actividad clientelar, vulneran es más de una forma tales derechos con lo cual se corrompe la autenticidad del sufragio, lo que conlleva a conductas antidemocráticas, en este sentido, la autoridad electoral pierde su razón de ser al ver mitigada su labor para la cual fue creada y ante una sociedad desencantada por el desempeño de sus gobiernos, enfrenta severas crisis de credibilidad.

Finalmente, es importante señalar que la Ley General en Materia de Delitos Electorales, prevé la comisión de diversas conductas tipificadas como delitos electorales, por ejemplo, la Fracción VII, del artículo 7 de la citada Ley, establece de manera sustancial, que cualquier persona que solicite votos por paga, promesa de dinero u otra contraprestación o bien mediante violencia o amenaza, presione a otro a asistir a eventos proselitistas, o a votar o abstenerse de votar por un candidato, partido político o coalición, durante la campaña electoral, el día de la jornada electoral o en los tres días previos a la misma, se le impondrán de cincuenta a cien días multa y prisión de seis meses a tres años. Por su parte, el artículo 9 de la Ley en comento, describe las conductas tipificadas como delitos en materia electoral, cometidas por cualquier funcionario partidista o candidato, por ejemplo, en el caso de que ejerzan o induzcan a los electores a votar o abstenerse de votar por un candidato, partido político o coalición, el día de la elección o en alguno de los tres días anteriores a la misma, se harán acreedores a una pena que va de cien a doscientos días multa y prisión de dos a seis años de prisión. Como se puede apreciar en ambos ejemplos, la conducta delictiva del infractor

coincide con las conductas propias del clientelismo político, con la salvedad, que la presente Ley establece, en ambos supuestos, como en casi la mayoría de los delitos de índole electoral, que éstos sólo se actualizarán durante el periodo de campañas electorales, así como el día de la jornada electoral, o tres días previos a la celebración de ésta. Cabe reflexionar al respecto que el actuar de los partidos políticos, principalmente los de mayor representación, despliegan conductas clientelares no solamente durante el proceso electoral, sino también durante el tiempo que transcurre entre dos procesos electorales, en este sentido, resulta inoperante la presente Ley a efecto de sancionar las conductas clientelares ya que, como se aprecia, su margen de aplicación se limita no sólo al proceso electoral, sino que se restringe aún más, abarcando únicamente desde las campañas electorales hasta el día de la jornada electoral.

5. CÓMO PODEMOS EVITAR EL CLIENTELISMO POLÍTICO PARA FORTALECER A LAS INSTITUCIONES DEMOCRÁTICAS

La instrumentación del clientelismo político es signo inequívoco de la deficiencia y debilidad de las instituciones encargadas de salvaguardar la democracia; esta debilidad se agudiza considerablemente en función al fenómeno de la corrupción. En México, los niveles de percepción de corrupción respecto de las instituciones pilares de la democracia representativa, como es el caso de los partidos políticos y del poder legislativo, son sumamente elevados, situación que debilita la legitimidad de las decisiones del gobierno.³⁷

En este sentido, resulta fundamental el fortalecimiento de las instituciones democráticas a fin de erradicar aquellas actividades clientelares; sustancialmente se puede pensar en dos vertientes, la preventiva y la punitiva; por lo que refiere a la primera, se está en presencia de todas aquellas estrategias dirigidas al fortalecimiento de la cultura político-democrática, es decir, se habla de aquellos

³⁷ Cfr. Casar, M.A. (2015). *México: Anatomía de la corrupción*. CIDE & IMCO. Consultado en http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2015/05/2015_Libro_completo_Anatomia_corrupcion.pdf, 2 de julio de 2016.

instrumentos, como por ejemplo la educación cívica, que tienen como finalidad la formación de ciudadanía informada y participativa en los procesos democráticos de la comunidad; en este sentido, se debe dejar claro que la función que desempeña la autoridad electoral, respecto a acciones tendientes al desarrollo de la cultura democrática, se encuentran debidamente desarrolladas a través de programas que fomentan la cultura jurídico-democrática, sin embargo, es menester señalar que, actualmente la ejecución de dichos programas, más no su diseño, han dejado insatisfechas las expectativas para las cuales fueron creados, toda vez que fenómenos como el clientelismo político son signos inequívocos de ello, en tal sentido, la prevención sólo se dirige al reforzamiento de los programas en materia de cultura político-democrática. Como se puede apreciar, la parte preventiva es un instrumento que sólo requiere regularidad y seguimiento; desafortunadamente, esta sola vertiente resulta incapaz de erradicar las prácticas clientelares, por lo que resulta imperante entrar al estudio de fondo de esta figura a fin de que se le deje de considerar como una mera infracción legal, para poder tipificarla como delito electoral.

En este contexto, es primordial la sanción de la conducta, es decir, derivado de que se cuenta con diversas estrategias plenamente definidas a contribuir al desarrollo de la vida democrática, sino se cuenta con disposiciones enérgicas que realmente sancionen las conductas clientelares no tiene sentido enfocarse exclusivamente en las tareas que tengan por objeto formar ciudadanía; en este sentido, la segunda vertiente, está dirigida, principalmente, a la posibilidad de tipificar al fenómeno clientelar de índole política como una conducta de la cual conozca la rama penal. En este mismo sentido, se deben revisar aquellas leyes relativas a la transparencia y acceso a la información pública, para que sean instrumentos viables a modo de observador ciudadano que inhiban en los partidos políticos las conductas clientelares.

Respecto a la primera vertiente, resulta un tanto ocioso entrar al estudio de los programas que desarrolla la autoridad electoral, solamente basta señalar que

dicha autoridad cuenta con una vasta experiencia en la ejecución de programas que tienen como fin contribuir al desarrollo de la vida democrática, por lo que se reitera, únicamente, la necesidad de su reforzamiento. Por lo que refiere a la segunda vertiente, es factible considerar al clientelismo político como una conducta susceptible de ser considerada delito electoral, en razón de encontrar en la Ley General en Materia de Delitos Electorales conductas muy similares con las desplegadas en el clientelismo político, sin embargo, como se apuntó anteriormente, no se encuadra dicha conducta al tipo penal, en virtud de que la citada Ley sanciona dichas conductas siempre y cuando se desplieguen dentro del proceso electoral, al respecto cabe reiterar, que el clientelismo político no sólo opera durante el periodo de elecciones, sino también durante el transcurso entre dos tiempos electorales. Debe apuntarse, además, que resulta absurdo considerar la actualización de delitos electorales únicamente en periodo electoral.

Por otro lado, es importante señalar que de acuerdo con los Procedimientos Sancionador Ordinario y Especial Sancionador, contemplados en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, el clientelismo político no constituye infracción alguna. Las conductas sancionables que más se le asemejan están contenidas en el artículo 443 inciso a) de la citada Ley y que se refieren al incumplimiento, por parte de los partidos políticos, de las obligaciones señaladas en la Ley General de Partidos Políticos así como en las demás disposiciones aplicables en la propia LGIPE.

Por otro lado, el propio artículo 443 inciso k) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, establece que constituyen infracciones de los partidos políticos a la citada Ley, el incumplimiento de las obligaciones establecidas por la misma Ley en materia de transparencia y acceso a la información. En este sentido, es incongruente considerar que la inobservancia de las disposiciones relativas a la transparencia y acceso a la información pública tengan consecuencias únicamente de carácter administrativo-electoral. Actualmente, tal y como lo establece el artículo 6 fracción I de la Constitución Federal, los partidos

políticos son sujetos obligados en materia de transparencia, es decir, deben garantizar el ejercicio del derecho a la información. En este orden de ideas, las Leyes General y Federal en materia de transparencia y acceso a la información pública, establecen como uno de sus objetivos el propiciar la participación ciudadana en la toma de decisiones públicas, a fin de contribuir a la consolidación de la democracia; en este sentido, la Ley General de Partidos Políticos, garantiza el derecho a la información pública en su artículo 28, y en concordancia con el artículo 6 de la Constitución Federal, establece que todas las personas accederán a la información de los partidos políticos de manera *directa*. Situación que en el caso del Estado de México no ocurre así; ya que si bien los ordenamientos federales en materia de transparencia los contemplan como sujetos obligados, en el caso del Instituto de Transparencia en la entidad, los refiere como sujetos obligados, pero, indirectos, es decir, que el ciudadano no puede acceder a su información sin que medien terceros, que en este caso, sería el Instituto Electoral del Estado de México.

Es fundamental darle la importancia que refiera la transparencia y el acceso a la información pública en aras de pugnar por la rendición de cuentas de aquellos entes que ejercen recursos públicos; en el caso que nos ocupa, es prioritario que los partidos políticos se apeguen a la normatividad en materia de transparencia, lo que puede conducir a manejos claros de recursos públicos en aras de disminuir actos de corrupción y con la finalidad de contribuir al desarrollo de la vida democrática. Cabe señalar, que la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de México y Municipios, a partir de que incluye a los partidos políticos como sujetos obligados, puede resultar un buen intento por erradicar actos de corrupción al interior de los partidos políticos y sobre todo para transparentar su actuar, sin embargo, es claro que los partidos políticos no observan diversas disposiciones en materia de transparencia, además de otros ordenamientos jurídicos a los cuales debieran ajustarse, situación que permite la proliferación de las prácticas clientelares

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Las diferentes instituciones democráticas consagradas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, tienen como finalidad la difusión de la cultura político-democrática; a través de estrategias y con base en programas definidos, se busca incentivar la participación ciudadana, no solamente a través del ejercicio del sufragio, sino mediante el uso pleno de los derechos políticos del ciudadano en el marco de la legalidad. De lo que se trata, es que el ciudadano tome parte de la vida política del país, de que cuestione, de que participe activamente desde cualquier trinchera y por los conductos legales establecidos; por ende, se trata de erradicar la apatía ciudadana, aquella que conforma una sociedad ajena a cualquier situación que le afecte; en este sentido, la probidad ciudadana debe partir desde el fortalecimiento de las instituciones democráticas, para lo cual deben dársele las herramientas necesarias para el desarrollo de sus actividades sustanciales; en el caso que nos ocupa, desafortunadamente, no es suficiente la labor de autoridad electoral en aras de contribuir al desarrollo democrático, ya que fenómenos como el clientelismo político ensombrecen el umbral de la democracia. Resulta claro que para erradicar al clientelismo político, se requiere de tres vertientes: la consolidación de la autoridad electoral a partir de su autonomía, desligada de cualquier tipo de interés partidista, por lo que sería conveniente modificar el proceso de selección y designación de sus consejeros, a fin de evitar cualquier tipo de intromisión de los partidos políticos. La segunda vertiente refiere a la imperiosa y urgente necesidad de revisar el marco legal punitivo por la comisión de delitos en materia electoral, toda vez que varias de las conductas clientelares no están tipificadas como delitos; finalmente, y la más importante de las tres vertientes, refiere a la participación ciudadana consiente e informada, es decir, la formación de ciudadanía si bien es una tarea de la autoridad electoral, ésta no debe ser privativa únicamente de ella; por ejemplo, no se debe restar importancia a la labor de las instituciones que garantizan la transparencia y acceso a la información pública, ya que las mismas fomentan la rendición de cuentas en aras de lograr un gobierno transparente, siempre y cuando provean al ciudadano

de herramientas viables para poder participar del gobierno, es decir, cada una de las instituciones del Estado debe ser accesible para el ciudadano, por lo que se deben evitar mecanismos confusos y prolongados que puedan inhibir la participación ciudadana; en fin, todas las instituciones del Estado deben generar políticas, acciones y estrategias que procuren la formación de ciudadanía participativa en cualquier proceso de deliberación; un ciudadano informado y comprometido, debe participar y cuestionar, todos aquellos procesos que afecten el desarrollo de su vida. Como se aprecia, la eficacia del Estado democrático es corresponsabilidad de todos, de instituciones democráticas, de los partidos políticos y sobre todo de los ciudadanos.

FUENTES GENERALES

e) Bibliografía

Auyero, J. (1997) *Favores por votos: estudios sobre clientelismo político contemporáneo*. Editorial Lozada. Buenos Aires, Argentina.

Camp, R. (2008). *La política en México*. Siglo XXI Editores. México.

Cárdenas Gracia J.F. (2001). *Partidos Políticos y Democracia*. Colección Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, número 8, IFE, México.

Crespo, J. A. (2013). *Elecciones y Democracia*. Colección Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, número 5, IFE, México, p.58.

Flores González, F. (2011). *Los derechos político-electorales en el Estado de México. Avances y retos*. Reflexiones sobre derecho electoral. Instituto Electoral del Estado de México. México.

Gamble, Andrew. (1990). *Las Teorías de la política británica*. Estudios Políticos, Political Studies, XXXVIII, 3, pp. 404-20.

González Alcantud, J.A. (1997). *El clientelismo político, perspectiva socioantropológica*. Anthropos Editorial. España.

Martínez Vilchis, J. (2013). *Las razones del voto en el Estado de México*. Editorial Fontamara, México.

Marsh, D. y Stoker, G (1997). *Teoría y métodos de la ciencia política*. Alianza Editorial. Madrid, España.

Massé Narváez, C. E. (1989). *El estudio del presente y la investigación de los problemas nacionales*. Instituto de Investigaciones Bibliográficas, UNAM, México.

Peralta, M. I. (2006). *Las estrategias del clientelismo social*. Espacio Editorial. Buenos Aires, Argentina.

Rodríguez Araujo, O. (2002). *Régimen político y partidos en México* (Ensayos). Instituto Electoral del Estado de México, México, p. 129.

Weingast, B. (2001) Instituciones políticas: perspectivas de elección racional. En Goodin, R.; Klingemann, H., *Nuevo manual de ciencia política*. Madrid: Istmo, 2001, pp. 247-283.

f) Referencias de revistas

Acuña Chaverri, I. A. (2009). Elementos conceptuales del clientelismo político y sus repercusiones en la democracia. *Reflexiones*, 88(2) 27-36. Documento consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72917900002>, 23 de julio de 2014.

Alonso. V. (2007). Acerca del clientelismo y la política social: reflexiones en torno al caso argentino. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*. No. 37. Caracas. Documento consultado en <http://www.clad.org/portal/publicaciones-del-clad/revista-clad-reforma-democracia/articulos/037-febrero-2007/0055753>, 2 de agosto de 2014.

Audelo Cruz, J. M. (2004). ¿Qué es clientelismo? Algunas claves para comprender la política en los países en vías de consolidación democrática. *Estudios Sociales*, XII(24) 124-142. Documento consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41702404>, 5 de junio de 2014.

Casar, M.A. (2015). México: Anatomía de la corrupción. CIDE & IMCO. Consultado en http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2015/05/2015_Libro_completo_Anatomia_corrupcion.pdf, 2 de julio de 2016.

Combes, H. (2011). ¿Dónde estamos con el estudio del clientelismo? *Desacatos*, (36) 13-32. Documento consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13920696002>, 15 de enero de 2015.

Hernández Corrochano, D. (2002). El clientelismo posmoderno. *Perfiles Latinoamericanos*, (20) 131-156. Documento consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11502007>, 21 de julio de 2014.

Schröter, B. (2010). Clientelismo político: ¿Existe el fantasma y cómo se viste? *Revista Mexicana de Sociología*, 72(1) 141-175. Documento consultado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32116013005>, 10 de julio de 2014.

g) Referencias de páginas web

Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación. (2012). *Reporte sobre la discriminación en México 2012, Derechos Políticos*. Documento consultado en http://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=noticias&id=3021&id_opcion=108&op=214, 17 de agosto de 2014.

Instituto Electoral del Estado de México, IEEM, (2014). *Estadística y Cartografía Electoral*. Documento consultado en http://www.ieem.org.mx/numeralia/lista_nominal.html, 13 de agosto de 2014.

Instituto Federal Electoral, (2011). *Estudio Censal Sobre la Participación Ciudadana en la Elección Federal de 2009*. Documento consultado en http://www.ine.mx/archivos2/portal/DECEYEC/EducacionCivica/materiales/estudio_sInvestigaciones/IFE_2009_Censo_Version_Final.pdf, 2 de mayo de 2015.

Instituto Federal Electoral (2013). *Estudio Censal de la Participación Ciudadana en las Elecciones Federales de 2012*. Documento consultado en http://www.ine.mx/docs/IFE-v2/DECEYEC/DECEYEC-EstudiosInvestigaciones/InvestigacionIFE/Estudio_Censal_Participacion_Ciudadana_2012.pdf, 2 de mayo de 2015.

Vértigo político, (2012). *¿Quién vota en México?* Documento consultado en <http://www.vertigopolitico.com/articulo/30561/Quien-vota-en-Mexico>, 2 de mayo de 2015.

El Sol de Toluca, (2012). *Más de 70% de diputados electos ya ocupó cargos*. Documento consultado en <http://www.oem.com.mx/elsoldetoluca/notas/n2612321.htm>, 10 de junio de 2014.

Desacatos, (2011). *El intercambio en política*. Documento consultado en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-92742011000200001&script=sci_arttext

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). *Resultados Definitivos de la Encuesta Intercensal 2015*. Documento consultado en http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/especiales/especiales2015_12_3.pdf, 13 de enero de 2016.

El Universal, (2015). *PR y Pan tejen lazos de poder*. Documento consultado en <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad-metropoli/2015/impreso/pri-y-pan-tejen-lazos-de-poder-130622.html>, 7 de mayo de 2015.

h) Legislación

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Documento consultado en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>, 15 de julio de 2016.

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales. Documento consultado en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGIPE_130815.pdf, 15 de julio de 2016.

Ley General de Partidos Políticos. Documento consultado en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGPP_130815.pdf, 15 de julio de 2016.

Ley General en Materia de Delitos Electorales. Documento consultado en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGMDE_270614.pdf, 14 de julio de 2016.

Ley General Transparencia y Acceso a la Información Pública. Documento consultado en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGTAIP.pdf>, 14 de julio de 2016.

Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Documento consultado en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTAIP.pdf>, 14 de julio de 2016.

Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México. Documento consultado en <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/ley/vig/leyvig001.pdf>, 11 de julio de 2016.

Ley Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de México y Municipios. Documento consultado en <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/ley/vig/leyvig233.pdf>, 11 de julio de 2016.

Código Electoral del Estado de México. Documento consultado en <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/cod/vig/codvig005.pdf>, 11 de julio de 2016.